

## 新しいつながりを提案します。

### — 「富山まち学校」 —

青年元気塾6期生 地域グループ

#### 1. はじめに

都市が求心力を失って久しい。富山についても例外ではない。都市はもはや人々にとって切り離せないものではなく、その必要性も希薄化している。日常生活は仕事—家庭の往復で完結しがちだ。郊外のショッピングセンターで消費活動は十分にコト足りる。これらのサイクルの中で、これからの「都市=まち」は、どんな役割を期待され、どうあれば良いのだろうか。都市のもつ強み。それは、現在とみに盛り上がりを見せるソーシャル・ネットワークのリアルなハードとなりえることである。これが今後の時代の中で要請される都市の役割であり、同時に本来、地域にあった「つながり」だとも考える。今、失われつつあるこのつながりを再構築した「新しいつながり」を地域班は提案する。

#### 2. まちを結ぶ

「日本全都道府県の中での認知度」 24位

「自身の街の自慢度」 26位

「自分の街への愛着度」 28位

(ブランド総合研究所(株)2010調査による)

富山県についての、さまざまな視点からの評価である。順位は、47都道府県中において、中位に属する。ところが外側からの評価による「認知度」の24位に対して、内側からの評価である富山県の「自慢度」「愛着度」が低い。もちろん、データ観測の母体構成が異なるので単純比較はできないが、「富山県民は外からの評価以上に富山を誇りに思っていない」という印象を受ける。内側の評価の低さは、外部からの評価にも将来的に影響を及ぼす。自信過剰も好ましいものとも思えないが、都市を誇りに思う気持ちは、そのまま都市の魅力に直結するだろう。どうすれば、市民にとって魅力的に感じられ、自慢でき、愛着の湧く都市へと、富山を変えていくことができるだろうか。これが最初の問題意識だった。

この出発点から発展して、次に思い当たった疑問点が「では、はたして富山のひとはどれだけ富山のコトを知っているのだろうか」というものだった。これは、言い換えると、

「富山のひとは、どれだけ富山のまちに関わっているのだろうか」ということでもある。

「まち」というのは、そこに積み上げられた歴史、文化、精神性……いま、そこにある様々な魅力的なヒト・モノ・コトの集合体である。これらをいかに人々と結びつけるか。バラバラな状態にある、この多様性をうまく集約し、人々に届けること。これが現状の都市の存在感の希薄化に対する一つの解決策であると考えた。都市文化というのは、人々が積極的に関わってこそ、その輝きを増すものなのだから。そこで、都市との関わり・理解・愛情、いわば「富山力」の醸成を果たしたいと考えた。

ところがどこでも楽に楽しめる時代である。ただ「まちは楽しい、来ましょう」と唱えただけでは、人々は反応しない。無料で派手で気分を煽り、時間を消費させてくれるコンテンツが溢れている。こうした場所性に無縁なエンターテインメントを相手どって、「そこ」に依拠しなければならぬ都市の魅力というのは説得力に弱く動機付けにくく、誰も振り向いてはくれない。こうした時代背景にあって、いかに都市のことを「他人ごと」としてスルーされず、積極的に関わりあいをもつような仕組みに仕立てるか—都市の魅力をもってして人々の「共感」を刺激し、人々を惹き付ける。理念の素朴な提示にとどまらず、こうした人々の共感が実現されるモデルの企画提案も必要な要素だと考えた。

#### 3. まちを学校する

- ・都市のさまざまなヒト・モノ・コトを集約し、市民に届け、有機的に結びつける
- ・都市リテラシーとしての「富山力」の向上
- ・幅広い層の、多くの人々が積極的に関わりあいたいと思える仕組み

この3点の目的に対して、「学校」という場所性が適合していると発想を飛躍させた。

学校には、学びや部活動、さまざまな人、イベント、青春……ひとつの場所に、たくさんのつながりがあった。そして、誰でも知っているこの場所には、人それぞれに思い入れや郷愁性といった親近感がある。「学校」というのは、ひとつの小さな「まち」のようでもある。では、「まち」をひとつの大きな「学校」のようにみなして、人々は生徒のように振る舞えないだろうか。

こうした要素が都市を誰でも受け入れられるエンターテインメントへと昇華させ、同時に目的を果たすことのできる有効なモデルに思えた。

それまで、ただ消費活動の場でしかなかった「まち」に「知る」「出会う」「繋がる」のアクションを加える。「富山まち学校」という「新しいつながり」のスタイルを考えた。

#### 4. 富山まち学校

「学校」と「まち」との親和性は、互いの魅力的なポテンシャルを引き出す。

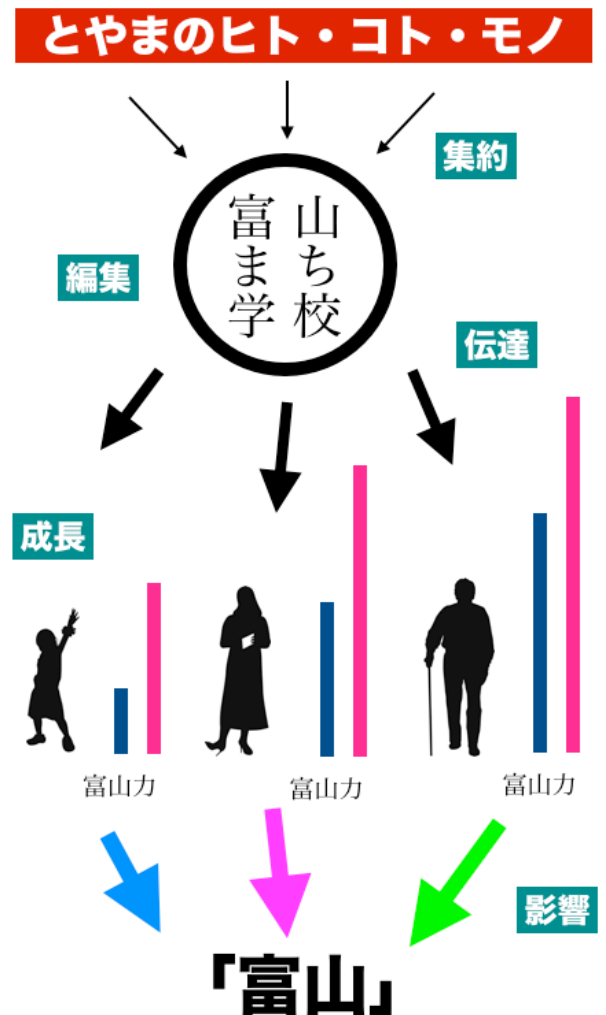
例えば、「部活・サークル活動」に見立て、まちなかの専門家を拠点とし、様々な活動を喚起する。一般の店舗も「学食」や「生協」に見立て「学割」を設けることで、まちの経済活動を刺激する。「寮」は、まちなかの空き家をハウスシェアするという第3の居住スタイルを成立させる。「教室」と見立て、旧大和跡地に求心力のある拠点をつくることで、新幹線の到来と共に訪れる2014年の発展に弾みをつける。

そして「授業」富山にあるさまざまなモノゴトを、多様な切り口で編集し、さまざまな人々にその魅力を届ける。その授業で聞いた話、得た知識は「明日、誰かに話したい富山の話」となって行為を促せば、それはシティプロモーションとなり、都市に還元される価値は決して小さくない。

また、より密接にまちづくりに関わることも期待できる。たとえば「遠足」を企画するような授業。観光産業というのは、都市そのものの個性を象徴する重要な産業である。その可能性を、市民自ら開く。それは等身大の旅行プランの提案であり、同時に自らが観光客になることでもある。そこに潜在する可能性は大きい。

富山のさまざまな魅力が「集約」され、まち学校は、その魅力をより面白いものへと上手に「編集」し、さまざまなまちの生徒へ「伝達」する。そして、市民ひとりひとりが富山力を「成長」させ、市民それぞれのカタチで積極的にアクションを起こし、富山へと「影響」を与えていく。

ひとつひとつの影響力は小さなものかもしれないが、たくさん集まりつながることで、「都市潜在力」が引き出され、そして、富山はより魅力的なまちとして「都市競争力」を向上させる。



誰もが都市の必要性であり、都市は人々を必要とする。こうした想いを込めて企画される、「富山まち学校」という「新しいつながり」は富山の未来をつくる大きなムーブメントの発信源となるものと期待している。